

## ECONOMIA

**T**anto nervosismo si spiega forse con il peso della crisi, con la paura per il futuro. Anche la moda ha motivo per piangere e non sarà stato solo l'infelice commento di un assessore a turbare l'inno serena di Dolce e Gabbana. Scrivere un tweet che dice «Comune di Milano fate schifo!!!» e chiudere i negozi «per indignazione» sono reazioni un po' isteriche che sorprendono in due giovani sarti che sono stati e sono ottimi imprenditori di se stessi, delle proprie ambizioni e delle proprie invenzioni industriali e commerciali, legati da una vita a Milano, Stefano Gabbana peraltro nato a Milano, Domenico Dolce arrivato a Milano per lavorare. Dolce & Gabbana (è l'azienda, con la "&" commerciale) a Milano è stata fondata (quasi trent'anni fa: la prima collezione è del 1985), è cresciuta, ha le sue vetrine, ha germinato pure un ristorante che opportunamente si chiama Gold.

A Dolce & Gabbana è capitato purtroppo di incappare in una condanna a un anno e otto mesi, per «omessa dichiarazione dei redditi». Dolce & Gabbana hanno piena facoltà di pensare che quella accusa sia infamante oltre che ingiusta. Siamo al primo grado di giudizio: vogliamo pensarli corretti cittadini, consapevoli che le tasse dovrebbero servire al Paese per svilupparsi e per creare situazioni più favorevoli al successo delle loro imprese. Su alcuni quotidiani (non sull'*Unità*) comparivano ieri due pagine (a spese di Dolce & Gabbana), non le solite di bellissime e di bellissimi in costume da bagno tra i faraglioni di Capri, due pagine invece scritte, una a nome degli avvocati per spiegare quanto il fisco perseguitasse ingiustamente i due sarti, l'altra firmata da Domenico e Stefano, per spiegare quanto loro avessero fatto del bene a Milano, tra i primi contribuenti (fino al 2005, fino all'inizio cioè dell'accanimento fiscale), preziose calamite di una clientela internazionale assai ricca (russi in prima fila), datori di lavoro generosi (duecentocinquanta occupati).

L'altra faccia della medaglia è la città che qualche cosa di suo ha messo in campo per diventare capitale della Moda, per richiamare (sono dati delle sfilate 2012), diecimila *buyer*, cioè acquirenti all'ingrosso, più migliaia di giornalisti, visitatori, curiosi, mondani, eccetera eccetera, contribuendo in modo determinante a quel ricco fatturato del settore, che fu l'anno scorso di una cinquantina di miliardi e che si presenta purtroppo quest'anno in calo. Non pare peraltro che vi siano state fino all'irata esplosione dolcegabbanaiana, attriti tra Comune e moda. Krizia, Prada, Armani, Ferrè, Versace, Trussardi, più una teoria di marchi meno imponenti, hanno trovato sotto la Madonna buona infrastruttura, buoni servizi, filiere produttive, competenze, tecnologie, università, insomma un mondo tra cultura-cultura e cultura-industria che poteva sostenerne i progressi. Tanto è vero che nessuno si è mai sognato di andarsene e ieri, sullo stesso quotidiano, accanto alle pagine di Dolce & Gabbana, ne comparivano altre due di sontuosa reclame Prada, per l'apertura in Galleria Vittorio Emanuele



Le vetrine di Dolce&Gabbana nel centro di Milano FOTO REUTERS

# Scene di lotta di classe nella Milano della moda

## IL DOSSIER

**ORESTE PIVETTA**  
MILANO

**Le polemiche di «Dolce & Gabbana» contrastano con un lungo e proficuo rapporto di un settore che in città ha creato interessi e benefici di privilegi**

le: una raffigurazione dei nuovi negozi e un testo per chiarire che la sede avrebbe ospitato «spazi di vendita», «aree per eventi», la testa del gruppo, la Fondazione, «concorrendo a rivitalizzare uno dei luoghi più straordinari del panorama cittadino». Insomma una dichiarazione d'amore e di fiducia nei confronti di Milano, tutto il contrario di quella intrisa d'odio di Dolce e Gabbana. Tutto questo dopo aver ricordato che in Galleria aveva aperto il suo primo negozio

nel 1913, cento anni fa, Mario Prada, nonno di Miuccia.

Poco più avanti esaltando le fragranze di un nuovo profumo, un profumo all'iris, lo stesso quotidiano celebrava l'inventore di quella morbida essenza, Giorgio Armani, che alla ricerca di una nuova "location" punterebbe sul caseggiato che fu della Banca Popolare Commercio e Industria. Sono operazioni che confermano quanto vale la moda a Milano e l'inevitabile intreccio con la società e la politica, con il conseguente uso più o meno discreto e influente dei grandi media. La moda per alcuni è una banca finanziatrice. Basta sfogliare, per toccare con mano la dimensione dell'investimento pubblicitario, per scoprire le complicità tra informazione e pubblicità, addirittura nei patinati la prevalenza dell'inserzione sulla comunicazione.

La moda è una voce essenziale delle entrate, per alcuni. Tanto essenziale che neppure la severa critica, apparsa su un severo giornale, alla cotoletta cucinata nel citato Gold di piazza Risorgimento, proprietà Dolce & Gabbana, ebbe modo di passare impunita, senza cioè che una settimana dopo il direttore

raccomandasse un'ode alla cotoletta ricucinata, con la spiegazione che nel frattempo lo chef aveva forse ripassato i segreti della vera "milanese". Il possibile trasloco di Armani nel palazzo della banca è un'altra evidenza di un potere, che si è esteso. Dalla passerella in mutande Valentino dell'ex sindaco Albertini gli stilisti passano alla conquista dei simboli in marmo e mattoni del primato finanziario.

Quanto potrà prosperare questa mutazione? La nostra moda, in difficoltà per il mercato interno, debole esportatrice verso l'Europa, sostenuta per fortuna da Russia e Cina, conosce difficoltà che non si misurano nei risentimenti di Dolce e Gabbana e, più che le affermazioni dell'assessore Franco D'Alfonso, dovrebbe allarmare l'invadenza aggressiva di altri personaggi e di altre sigle: come Lvmh di Arnault, che s'è accaparrato Bulgari, Fendi, Pucci e persino le Pasticcerie Cova, e come Kering di Francois-Henri Pinault, che ha aggiunto Loro Piana a Gucci, Brioni, Pomellato. Senza contare la presenza di colossi come Zara o come H&M: ma siamo ai piani bassi del mercato.

## Ma Comune e stilisti devono continuare a collaborare

### LA LETTERA

CARMELA ROZZA\*

#### IL SIGNIFICATO, IL RUOLO E IL VALORE CHE LA MODA

**RIVESTONO A MILANO** sono troppo importanti per essere riletti alla luce di una battuta infelice e assolutamente inopportuna. Recuperando un po' di serenità, che in questi giorni sembra essere assente, si possono fare alcune valutazioni. Il fisco, le sue regole e le sanzioni contro le infrazioni, non sono materia di competenza del Comune. Il giusto richiamo alla correttezza fiscale ai cittadini Dolce e Gabbana, che vale per tutti i cittadini, non deve farci dimenticare il principio della presunzione d'innocenza fino al termine del percorso della giustizia. Ma soprattutto non deve farci dimenticare che la moda è innanzitutto creatività, ricerca del bello, del nuovo: è un patrimonio di Milano, di tutti i milanesi e dell'Italia che suscita ammirazione nel mondo. L'errore che imputo a entrambe le parti di questa polemica è di non avere saputo distinguere una vicenda che riguarda certo un nome importante della moda con uno dei più grandi e importanti settori imprenditoriali della città. È bene, infatti, ricordare che dietro a un mondo apparentemente patinato e elitario come quella degli stilisti esistono tanti lavoratori impegnati direttamente e un indotto fatto di tante imprese specializzate in produzioni di altissima qualità.

L'Amministrazione comunale ne ha la massima consapevolezza che ha tradotto, in questi due anni, in un impegno continuo e sentito che prosegue anche nel frastuono delle polemiche di questi giorni. Basta ricordare l'incontro, promosso dall'assessore Cristina Tajani, che si terrà la settimana prossima con il sindaco Giuliano Pisapia e i più importanti operatori della moda per disegnare una strategia, per "fare sistema", allo scopo di rispondere alla sfida lanciata da città come Parigi e New York che ci insidiano un primato costruito con fatica e genialità. Oppure al calendario del 2014 di eventi per le eccellenze milanesi che il Comune di Milano ha stilato assieme alla Camera della Moda. Guardando a questi due anni si deve ricordare come la moda sia diventata protagonista nei luoghi simbolo di questa città: il Castello Sforzesco con questa amministrazione è diventato un palcoscenico straordinario per i defilé, stesso discorso per gli spazi dell'Oca all'Ansaldo. Sono solo due esempi che testimoniano quanto il Comune senta l'importanza di questo settore per l'economia, il lavoro, la cultura di Milano.

Non è possibile compromettere tutto questo per via di una dichiarazione, peraltro subito rettificata. Conosciamo e apprezziamo non solo il talento di Dolce & Gabbana ma anche la loro sensibilità a offrire un contributo alla città, come quando hanno fornito gli arredi per il Palazzo della Ragione. La prima cosa che suggerisco a tutti è di abbassare i toni e riprendere il dialogo nel rispetto reciproco. Da qui ritengo possibile riallacciare il discorso che faccia ritrovare l'unità tra la moda e l'amministrazione comunale.

\*Assessore Lavori Pubblici del Comune di Milano

## Officine Rizzoli in attesa di un compratore

**ANDREA BONZI**  
twitter@andreabonzi74

I mancati pagamenti delle Ausl e alcune acquisizioni sbagliate hanno messo in ginocchio un'eccellenza italiana. Si tratta delle Officine Rizzoli di Budrio, una delle punte di diamante del distretto bolognese dell'ortopedia, fallite lo scorso febbraio e ora alla ricerca di un compratore che dia ai circa 170 dipendenti (di cui una cinquantina nel Bolognese) un futuro solido su cui contare. Una storia paradossale e allo stesso tempo esemplare delle difficoltà del nostro Paese a valorizzare le proprie potenzialità, che torna alla ribalta pochi giorni dopo l'allarme lanciato dalla Cgia di Mestre sui 120 miliardi di debiti della pubblica amministrazione verso le imprese.

Anche le Officine Rizzoli, tra le cui

mura è stato creato il «ginocchio bionico», prodotto di punta dell'ortopedia d'avanguardia, vantavano crediti nei confronti della Ausl per 15 milioni di euro. «Crediti stratificati negli anni - spiega Lorenza Giuriolo (Filcams-Cgil) - che, unita alla difficoltà crescente di ottenere prestiti dalle banche e ad alcune scelte poco lungimiranti del management hanno portato al fallimento dell'azienda». La quale, però, non ha mai smesso di produrre, ottenendo l'esercizio provvisorio: indizio del fatto che le commesse non mancano. Il tutto, pur in presenza della cassa integrazione speciale a rotazione. Martedì ci sarà un incontro in Provincia per mantenere alta la guardia su un'azienda nata nel lontanissimo 1896 assieme all'Istituto ortopedico Rizzoli: era il laboratorio in cui si creavano le protesi e i tutori personalizzati per i pazienti dell'ospedale. Dalla lavorazione del legno e del ferro si è arrivati al carbonio e alle leghe leggere, restando al passo coi tempi. Tra i proprietari che si sono susseguiti, anche Giuseppe Gazzoni Frascara, ex patron del Bologna Fc, che lo acquistò nel 1996.

Al momento del fallimento, spiega Ferruccio Benedetto delle Rsa aziendali, il pacchetto di maggioranza era in mano a una finanziaria legata al marchio Richard Ginori, che ha fatto crac poche settimane prima dell'impresa budriese. «Gli interessamenti, a sentire il curatore fallimentare, non mancano, ma più presto serve un compratore - continua Benedetto - E sarebbe meglio avesse una vocazione industriale anziché finanziaria: in questi mesi, infatti, le risorse e le professionalità non si sono perdute». La pensa così anche Mussiè Ghebresellassie, di

origine eritrea, che ha visto tutta l'evoluzione delle Officine Rizzoli, dove lavora da quasi 24 anni (lui ne ha 43). «La nostra è una struttura unica in Europa, e tra le poche nel mondo, perché, oltre all'alta specializzazione degli addetti, possiamo vantare il cuore produttivo concentrato a Budrio e una rete di 20 filiali in tutta Italia», spiega il lavoratore.

Funziona così: i tecnici decentrati raccolgono le richieste delle strutture sanitarie e dei pazienti, e la protesi o il tutore o il busto viene progettato e realizzato su misura. «È un'occupazione che mi ha sempre gratificato molto - considera Mussiè -. Ci si sente realizzati a creare un oggetto che verrà utilizzato da chi ne ha realmente bisogno, come una persona che ha perso un arto. Veder chiudere un pezzo importante del polo ortopedico di Budrio sarebbe un peccato».